

A ILUSTRACIÓN NO SECTOR EDITORIAL DO LIBRO

Organizado pola APIC, o 27 de novembro de 2019

Participan como ilustradores convidados:

Gustavo Roldán

Laura Catalán

Òscar Julve

Xavier Salomó

PREZOS

PÁGASE A TANTO ALZADO OU POR ANTICIPO SOBRE OS DEREITOS?

No álbum ilustrado son más habituais os pagamentos por adiantado sobre os dereitos de autor.

Xa non se traballa tan a miúdo a tanto alzado, aínda que, en determinadas ocasións, sae a conta porque os dereitos de autor son baixos e non se chegaría ao prezo previsto. Por exemplo, un dos ilustradores convidados tiña traballado en novelas con poucos debuxos en branco e negro onde se daba un 2 % nun libro con prezo de venda ao público de 6 euros. Nestes casos, vale a pena a tanto alzado.

EN QUE ÁMBITO DE PORCENTAXES SE MOVEN OS DEREITOS DE AUTOR?

O punto de partida dos dereitos en álbum ilustrado é o 10 % a partes iguais entre o autor do texto e o autor das ilustracións. Algúns chegaron ao 12 %, aínda que estes casos son difíciles, a non ser que leves publicados uns libros de éxito que te avalen.

Esta porcentaxe tamén ten moito que ver coa tiraxe, e nese caso pódese xogar co escalado. Algúns explicaban como experiencia que comezaron negociando cun 10 % os primeiros 1000 exemplares e despois renegociaron medio punto por cada 1000 exemplares vendidos. É unha práctica que ás editoriais non lles gusta nada e que é difícil de negociar para os autores que comezan, pero trátase de facerelles entender aos editores que se está a compartir un reto común e ten que ser beneficioso para as dúas partes.

CAL É A PORCENTAXE DE ANTICIPO HABITUAL?

O adianto pode ser dun 65 % ou un 80 %, e algunas editoriais ofrecen incluso o 100 % da tiraxe, pero depende

moito do editor. A totalidade da tiraxe acostuma a darse cando os libros cumplen certos requisitos de mercado e prevén un longo percorrido.

E O INTERVALO DO ANTICIPO, QUE PREZOS COMPRENDE?

Segundo a experiencia dos/as ilustradores/as convidados/as, a media está entre 600 euros, en editoriais pequenas, e 1500 euros, en editoriais más grandes, para o ilustrador. Porén, consideran que son prezos baixos e que non debería ser inferiores a 2000 euros.

Danse casos en que a mesma persoa ilustra e escribe a obra, e ás veces aproveítanse. Ten que quedar claro que estes anticipos son para cada un dos autores. Se se escribe e se debuxa, ten que poñerse no contrato e, aínda que non é necesario especificar cal é a porcentaxe que se adxudica en cada caso, hai que ter en conta que non se deben unir prezos.

CANDO O ANTICIPO QUE DAN NON COBRE, QUE SE FAI?

É difícil calcular se o anticipo cubrirá o que prevemos de traballo. Ás veces custan o mesmo os libros que teñen 20 ilustracións que os que teñen 50, e no caso de ilustrar e escribir ao mesmo tempo, é más fácil de adaptar. Con todo, o gran problema é que as tiraxes adoitan ser curtas, e o libro ten pouco percorrido nas librarías. Hai moito mercado, e iso non deixa crecer o libro nin tampouco as reedicións. Os ilustradores reciben correos onde anuncian a destrucción dos seus libros, sobre todo cando se trata de grandes grupos editoriais.

Se non se fai un acompañamiento do libro xunto cunha boa promoción e ademais non hai paciencia por parte do circuíto, iso repercutre no feito que non se venda, e os libros entran nunha cadea destrutiva moi rapidamente. Os relatores propoñen non perder de vista que o ilustrador é un empresario da arte e recomandan ser previsor neste tipo de decisións.

CANDO PIDEN ORZAMENTO PÓDESE NEGOCiar, OU SEMPRE VAN A DEREITOS? PÓDENSE SUBIR OS PREZOS?

Cómpre distinguir moito entre un encargo de libros de texto e outros. No caso dos álbums, depende de se os editores ven no ilustrador/a un autor que ten potencial para vender libros. Propoñéndoo, poden axustar mellor os prezos, ou tamén é posible sentirse mellor remunerado se no contrato se inclúe algún outro tipo de remuneración, como, por exemplo, viaxes a promocións ou outras opcións propostas polo propio ilustrador/a. O tema das promocións considérase outro punto que habería que falar. Non tería que ser gratuito, excepto se ao autor lle apetece; con todo, non tería que ser un costume.

CÓBRASE DIFERENTE EN LIBRO DE TEXTO QUE EN ÁLBUM ILUSTRADO?

O libro de texto é a tanto alzado, non pagan royalties e danche un perfil pechado. Con algunas editoriais hai pouco que negociar, pero con outras, como Santillana ou Oxford University Press, hai marxe para facelo. Algunhas editoriais, como Bromera, que despois da crise baixaron os prezos e non os volveron subir, continúan con listas de prezos antigas con prezos moi baixos. Puxeron o exemplo de Bromera, que ofrecía tan só 80 euros por facer unha ilustración a DIN A4 complicada dun mercado e moita xente. En cambio, outras como Santillana poden pagar o triplo.

Con todo e con iso, as ilustracións para libro de texto antes eran consideradas polos ilustradores unha parcela importante de ingresos, xa que constituían unha ocupación estable que lles permitira vivir mellor, e lles servira de escola para debuxar, xa que tiñan que facer moitos debuxos moi rápido. Aínda así, algúns compañeiros de profesión acabaron moi queimados.

Non obstante, actualmente, cren que o libro de texto vai á baixa, que segue sendo un ingreso importante pero cada vez menos pola progresiva desaparición deste soporte e a curta duración que ten. Tamén dixeron que non está tan ben pagado, considerando os beneficios que lle xera ás editoriais e que, ademais, é certo que proporciona uns ingresos fixos, pero pode impedir dedicarse a outros ámbitos porque ocupa todo o tempo. O mellor é poder combinar libro de texto con álbum ilustrado.

Un dos relatores tamén explicou que, aínda que non o motiva tanto facer libro de texto porque os debuxos teñen unha vida curta e soamente os ven os nenos nas escolas, buscaba a motivación, por exemplo, utilizando o libro de texto como un espazo onde probar técnicas novas.

Tamén comentaron que xa non facían ningún libro de texto excepto se coñecían os editores e lles gustaba traballar con eles.

CONTRATOS

PÓDENSE DISCUTIR AS CONDICIÓN S DOS CONTRATOS? ACOSTUMAN A ACEPTAR CAMBIOS?

Os convidados/as comentaron que cando o ilustrador/a negocia os contratos asina un acordo de adianto, e cre que os libros se venderán rapidamente, pero a realidade é que iso tarda un certo tempo en ocorrer. Se un libro ten un grande éxito, debería poderse renegociar o contrato. Pode pasar, e é xusto ter a posibilidade de cambialo. En realidade, cando o ilustrador negociau ao principio coa editorial, xa viu elementos que prevén como se comportarán nestes casos.

Os editores teñen necesidade de cotas de mercado e presenza no sector. Nalgúns casos iso pode provocar tiraxes demasiado grandes ou pouca publicidade, e iso fai que os libros non se vendan o suficiente. Ás veces, por desgraza, unha parte dos libros xa ten como destino a queimadora, e para as editoriais reciclar é demasiado lento.

Os convidados explicaron que non entendían o traballo se non había un pouco de risco controlado. Ás veces calcúlase mal e outras gáñase o dobre; con todo, recomandan poñer as enerxías en proxectos que dean satisfaccións ao ilustrador/a. A priori, un libro pode parecer mal pagado, pero se é un proxecto persoal e queres facelo, paga a pena tirar adiante. Ao final os resultados poden ser mellores do previsto.

MELLORARON OS CONTRATOS COS ANOS, OU AS CONDICIÓN S SON CADA VEZ PEORES?

Non melloraron en absoluto, sólvense ver contratos que poden durar 15 anos cando non deberían de pasar de cinco ou sete como máximo.

INTERNACIONALIZACIÓN

QUE É A VENDA A TERCEIROS E COMO SE COBRA?

No contrato teñen que figurar as porcentaxes que van levar tanto a editorial coma os autores no caso de que o libro se venda no estranxeiro. Normalmente é 50 %-50 % ou 60 %-40 %.

A CESIÓN A TERCEIROS PÓDESE NEGOCiar?

Tería que poderse negociar. Tamén se poden negociar os anos de duración das porcentaxes ou a cantidade de libros que se poderán vender.

As condicións tamén cambian segundo os países. Os relatores comentaron que, por exemplo, en Francia, debido á gran cantidade de libros que saen ao mercado (poden chegar a publicar 10 000 títulos diferentes ao ano), as porcentaxes tamén varían a un 6 % en dereitos para repartir entre o escritor e o ilustrador.

EDITORIAIS PEQUENAS E NOVAS PRÁCTICAS

CÓMO VOS DIRIXIDES ÁS EDITORIAIS?

Os ilustradores/as convidados/as fano de xeitos diferentes. A maioría adoitan presentar o proxecto praticamente rematado. É un risco, porque é posible que haxa que refacer o formato ou as dimensións, pero é preferible presentalo canto máis completo mellor, porque algúns poden chegar a recibir ata 40 proxectos ao día. Ademais, outra vantaxe de facer o proxecto completo é que ti mesmo ves se falla algúna cousa e podes ser máis crítico e refacelo se é preciso.

Outros optan por non elaborar o proxecto enteiro porque leva moito traballo. Prefiren explicarlle ao editor o que queren facer. Para isto, din que hai que ser un pouco comercial e saber explicar ben o que queres ofrecer. Tamén hai editoriais, como A Buen Paso, que non queren de ningunha maneira proxectos completos e nos que aos editores lles gusta involucrarse ou mesmo axudar a finalizalos. Talvez tamén queren ver como o ilustrador os defende.

Un deles tamén comentou que fixera camisetas e que as repartía aos editores polas feiras, o cal fixo que o chamasen para levar a cabo outros proxectos enriquecedores. A cuestión é facer cousas coas que destaque. Todos eles coinciden en que, se o ilustrador non é tamén o autor do texto, axuda moito buscar algún escritor co que se entenda e co que traballe a gusto para xerar entre os dous boas ideas para presentar aos editores.

CÓMO PRESENTADES UN PROXECTO CANDO NON VOS COÑECEN?

Neste punto tamén houbo variacións. Uns levan os proxectos coma se fosen para un concurso, é dicir, un par de ilustracións completas e o resto en bosquexos. Non lles gusta levar portafolios de debuxos.

Os que prefiren levar portafolios din que cren que é un erro incluír moitos estilos diferentes. Aínda que ser flexible é unha vantaxe, pode ser perigoso. É preciso saber de que tipo é a editorial destinataria e presentar o estilo que necesita. Algunhas mesmo foxen dos ilustradores polivalentes. Os relatores coñecen algún ilustrador que é moi versátil e traballa moitas técnicas pero algúns editores non o saben, porque el lles presenta a cada un deles un estilo diferente.

Comentaban tamén que hai que coñecer os propios límites e non presentar proxectos que xa non lle gustan ao propio ilustrador ou que lle custan facer. O ilustrador ten que saber como lle interesa traballar e atopar a maneira de ser eficiente; polo tanto, convén non presentar estilos nos que non se sinta cómodo.

Finalmente, axuda moito a darse a coñecer aos editores o feito de saber facer promoción nas redes sociais ou nas feiras do sector.

SE TE PUXECHES EN CONTACTO CUNHA EDITORIAL E NON CONTESTAN, QUEDA MAL PREGUNTAR?

Está ben ser atrevido e insistir, sen desesperarse nin ser pesado. A liña entre insistencia e impertinencia pode ser fina.

Pola súa experiencia, os relatores constatan que os editores teñen un gran volume de correos e non os pueden

ler todos; por iso convén preguntar se non dan resposta. Algun dos convidados levaba unha folla de cálculo co control de correos enviados para facer o seguimento: destinatario, data de envío, resposta recibida ou non. Ás veces parece que non chegan ao seu obxectivo, pero non sempre é así.

Coinciden en que hai que buscar estratexias diferentes e buscar a forma de entrar. Se é preciso, utilizar o enxeño para romper a rutina, como por exemplo enviar paquetes. Tamén dixeron que, en caso de enviar e-mails, que fosen moi curtos e cos debuxos en JPG incrustados no mesmo correo. Non é recomendable incluír anexos, enlaces nin PDF grandes.

O que está claro é que hai que intentalo. Moitos ilustradores moi bos non atopan oco no mercado porque se pechan no seu mundo e os editores non os ven.

QUE EXPERIENCIA TIVESTES CON EDITORIAIS PEQUENAS QUE PUBLICAN POCOS EXEMPLARES?

Os relatores prefiren ser fieis a unhas poucas editoriais que traballen ben aínda que sexan pequenas; onde saben que os libros serán ben tratados e onde eles se senten a gusto. Consideran importante traballar con perspectiva, tendo es conta cal será o destino dos seus libros dentro duns anos. Deste xeito, á hora de negociar non só hai que ter en conta un adianto alto, senón todo o percorrido do libro. Esta é a vantaxe dos pequenos editores, que coidan o seu fondo. Con eles pode custar máis vender os libros, pero duran máis no mercado. Tamén afirmaron que se trata dunha decisión persoal e que non sempre se pode ter a capacidade de escoller, se necesitamos ter traballo.

Tamén hai que ter en conta que é difícil vivir dunha microeditorial e fan falta outras editoriais medianas ou más grandes, onde é importante a transparencia, que, con todo, é más difícil de conseguir canto más grandes son.

FINALMENTE, ALGUNHAS RECOMENDACIÓNIS QUE FIXERON

Todos remarcaron que é mellor ofrecer proxectos a esperar a que te chamen. Hai que saír á rúa e afinar o olfacto. Entrar nas librarías e ver que precisan os nenos e coñecer as diferentes editoriais para saber o que publican. É primordial saber que ofrecer e a quen ofrecelo. Non funciona se vas a sitios onde non encaixas. O ideal é crear un cliente de verdade e ter unha editorial que coida de ti e te inclúe no seu catálogo, crear confianza e estar en permanente contacto. Buscar editoriais afíns para poder ser ti mesmo/a.

Tamén destacaron que é importante compartir con outros ilustradores as experiencias, ser sinceros e non ter medo de falar de prezos. Se se comparten prezos e opinións, a propia profesión sae beneficiada.

En canto ao tema feiras, é conveniente que as editoriais vaian porque se promocionan e poden vender a editores doutros países, pero para o ilustrador non debe considerarse promoción do libro. Non habería que ir sen cobrar, excepto se ao ilustrador lle apetece ou lle convén por amizade co editor.

Finalmente, é bo ter o concepto de patrimonio e intentar vivir das rendas do libro. É moi satisfactorio recibir dereitos de autor de libros que fixeches. Por iso hai que pensar no que pasará cos nosos libros de aquí a uns anos e tentar aceptar encargos que permitan que os libros teñan un longo percorrido.